



TRABAJO DE GRADO
UBICACIÓN DE UN CLUB DE NUTRICIÓN EN EL SUR DE LA CIUDAD,
ESPECIALMENTE EN EL BARRIO VALLE DEL LILI - CALI

JULIAN ANDRES CORREA CADAVID, COD. D5200420

JAVIER ENRIQUE FLORIAN SANCHEZ
Docente

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ D.C.
2015

UBICACIÓN DE UN CLUB DE NUTRICIÓN EN EL SUR DE LA CIUDAD, ESPECIALMENTE EN EL BARRIO VALLE DEL LILI - CALI

Julián Andrés Correa Cadavid, Universidad Nueva Granada

RESUMEN

En este artículo se investiga la viabilidad de instalar un club de nutrición de la marca nutricional Herbalife en el sur de la ciudad de Santiago de Cali, más exactamente en el barrio Valle del Lili, sector donde la mayoría de la gente que reside, son personas muy ocupadas (trabajan y/o estudian), siendo cortos los espacios que tienen para dedicar a una alimentación nutritiva y balanceada preparada por ellos mismos; no piensan en una alimentación sana sino en calmar su apetito; para lograr establecer el grado de aceptación se desarrolló una encuesta durante el último trimestre del año 2015, la cual consiste en hacer preguntas a clientes potenciales, posterior a salida de los centros comerciales ubicados en el sur de la ciudad o en los conjuntos habitacionales de esta zona de la ciudad. El uso de este método radica en que con él se obtienen respuestas de primera mano sobre el comportamiento, actitudes, intenciones, motivaciones y características generales y profundas de las personas interesadas en consumir los productos ofrecidos en el Club de Nutrición, de esta manera determinar la posibilidad de la inversión, atendiendo a los resultados de estas variables objeto de estudio; Se empleará la Escala Likert pues esta técnica nos permitirá señalar un grado de aceptación o de acuerdo con una diversidad de afirmaciones relacionadas con el objeto de la actitud. El plan de muestreo estará basado en una investigación de mercado, utilizando la técnica de muestreo aleatorio que me permitirá encontrar un alto grado de representatividad, donde se logra concluir con el desarrollo de esta investigación, que se tiene la necesidad de ubicar un Club de Nutrición, teniendo en cuenta que los habitantes del sector son conscientes que la salud está directamente relacionada con la nutrición.

PALABRAS CLAVE: Inversión, alimentación nutritiva y balanceada, grado de aceptación.

LOCATION OF A CLUB OF NUTRITION IN SOUTHERN CITY, PARTICULARLY IN NEIGHBORING VALLE DEL LILI - CALI

ABSTRACT

In this paper the feasibility of installing a club nutritional nutrition Herbalife brand in the south of the city of Santiago de Cali is investigated more accurately in the neighborhood Valle del Lili, a sector where most people reside, are people busy (work and / or study), still short space they have to devote to a nutritionally balanced food prepared by them; They do not think about healthy eating but calm your appetite; In order to establish the degree of acceptance, a survey was developed during the last quarter of 2015, which is to ask questions of potential customers back out of commercial centers in the south of the city or in the housing complexes of this area of the city. The use of this method is that it answers firsthand about the behavior, attitudes, intentions, motivations and characteristics general and profound people interested in consuming the products offered in the Nutrition Club thus obtained determine the possibility of investment, depending on the outcome of these variables under study; Likert scale was employed as this technique will allow us to point to a degree of acceptance or in accordance with a variety of statements related to the object of the attitude. The sampling plan will be based on market research, using random sampling technique that will allow me to find a high degree of representativeness, where it is possible to

conclude with the development of this research, which is the need to locate a Nutrition Club, considering that the inhabitants of the area are aware that health is directly related to nutrition.

JEL: C1, D8, G3, I1, M1.

KEYWORDS: Investment, nutritious and balanced diet, acceptability

INTRODUCCION

Para realizar una inversión es necesario desarrollar una investigación que conlleve a determinar si es posible o no confiar en que está obtendrá el beneficio económico que se quiere obtener, por ende un distribuidor de los productos HERBALIFE en la ciudad de Santiago de Cali, desea ampliar su cobertura y tiene la idea de ubicar un club de nutrición en el Sur de la ciudad, donde se considera estratégico, pues las personas que habitan el mismo, son ejecutivos que poseen poco tiempo para sus cosas y además son muy marcados con su alimentación y nutrición adecuada, brindándoles una oportunidad a aquellas personas que decidieron mejorar su alimentación, convirtiéndose en promotores de un estilo de vida saludable.

Para el desarrollo de esta investigación, se presenta establecida de la siguiente manera: En la sección de revisión de la literatura se plantean los argumentos que sustentan el uso de los medios de recolección de datos y diseño de la muestra a emplear, después se enseña la metodología utilizada y el procedimiento desarrollado para calcular las probabilidades de la instalación o la no inversión en un club de nutrición de Herbalife en el sector del Valle del Lili al sur de la ciudad de Cali, donde se identificaron las motivaciones, los gustos y las percepciones, a través de la verificación de que los habitantes del sur de Cali prefieren tomar alimentos rápidos y de fácil preparación por la falta de tiempo para prepararlos; El sitio de preferencia de los habitantes del sur de Cali tomar sus alimentos es cerca de su lugar de residencia y la lealtad de los clientes Herbalife debido a su tradición o posicionamiento; además de los conocimientos acerca de una nutrición saludable, la identificación de las características y los hábitos alimenticios del público potencial y la opinión sobre el concepto nutrición saludable vs el consumo de comidas rápidas que se comercializan en el sector. Luego se enseñaran los resultados producto de la investigación, por ultimo las conclusiones y limitantes presentados.

REVISIÓN DE LITERATURA

Un estudio del mercado, es un método que le ayuda a conocer sus clientes actuales y a los potenciales, por medio del conocimiento del consumidor, cliente y público (MARHOTRA, 2004). De manera que al saber si la inversión de capital es considerada viable o no, siendo esto un factor importante para la perdurabilidad en el tiempo (AMAYA, 2005), por medio de un adecuado estudio a cuáles son los gustos y preferencias de los clientes, así como su ubicación, clase social, educación y ocupación, entre otros aspectos, podrá ofrecer los productos que ellos desean a un precio adecuado, haciendo una observancia a los resultados obtenidos y atendiendo la mejor decisión a tomar (Trenzano, 2003); permitiendo determinar el grado económico de éxito o fracaso que pueda tener una empresa al momento de entrar a un nuevo mercado o al introducir un nuevo producto o servicio y, así, saber con mayor certeza la decisión que se debe tomar (Amaya, 2003).

Para una toma adecuada de decisiones es fundamental que quien en este caso desea realizar una inversión debe poseer las herramientas suficientes que contribuyan a una cercanía a la realidad, donde la esencia de una adecuada observancia a los resultados, permitirán satisfacer las necesidades de una población objetivo (Robbins, 2005).

METODOLOGIA

Para la recolección de la información necesaria se desarrollara una encuesta en los sectores más comerciales del sur de la ciudad de Cali (Valle del Cauca) donde se propone instalar el club de nutrición, cuyo cuestionario compuesto por un número determinado de preguntas que harán énfasis en los siguientes ítems: Perfil del cliente, Fidelidad, Cultura de compra, Medios de ubicación del negocio, Expectativas del cliente y Comprobación de objetivo de la investigación.

El procedimiento de medición se establece con la finalidad de determinar las características y comportamientos de las personas consumidoras, tal es el caso de las preferencias, gustos, actitudes.

Las escalas a aplicar son las Escalas Básicas primarias de medición, las cuales son: la nominal, ordinal y de intervalos, ya que cada una de ellas cuenta con distintos niveles de medición, lo que da la posibilidad de darles según sea más conveniente para la medición de una variable en particular

El alcance en este estudio abarca la comuna 17 de Cali, donde residen 149.740 personas. Este lugar se caracteriza por tener en su mayoría urbanizaciones, debido a la expansión de la ciudad. Su densificación urbana inició con casas unifamiliares de dos y tres pisos, para luego complementar el espacio restante con conjuntos multifamiliares. La estratificación de la comuna se divide entre barrios de estrato medio-bajo (3), medio-alto (4) y alto (5).

El tipo de muestreo a emplear en esta investigación es el muestreo proporcional infinito que es un tipo de muestreo probabilístico, se caracteriza porque sus elementos presentan homogeneidad especialmente en las características que son de interés para la investigación.

Se toma como base CALI EN CIFRAS para tomar referencia sobre la población por estratos, géneros y edades en los rangos de 15 a más de 50 años, con el fin de sacar la muestra significativa. En este aspecto se analiza la población de la Comuna 17, diferenciada en estratos del 1 al 6.

Para establecer el nivel socioeconómico (NSE). Es importante establecer que la encuesta será aplicada a persona con edades entre 18 y 50 años; siendo nuestro universo:

$$N = (149740 \times 38.1\% \times 61,9\%) = 34.709$$

De la población económicamente activa, unas 63.000 personas, equivalente al 89.8%, tiene ingresos por encima de 3 salarios mínimos. La mayoría de la población de la Comuna se clasifica en los estratos socioeconómicos 5 y 6 con ingresos familiares mensuales de 10.5 salarios mínimos; la tasa de desempleo es la más baja de la ciudad con 1.93% según datos del DANE.

Fórmula Universo Infinito (N Mayor a 100.000)

$$n = \frac{z^2 \times p \times q}{e^2}$$

n: tamaño de la muestra.

z: nivel de confianza

p: porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

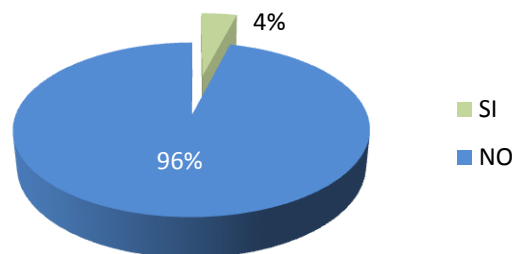
q: porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado

e: error de estimación máximo aceptado.

RESULTADOS

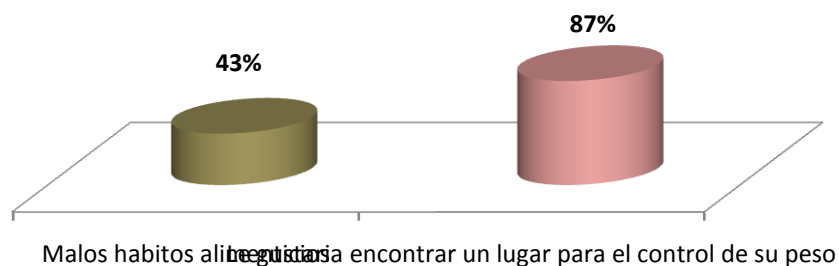
A continuación se presentan los resultados de la investigación relacionada con la instalación de un Club de nutrición, teniendo en cuenta los siguientes problemas de decisión gerencial o de marketing y de investigación de mercados así:

Figura 1: Resultados a la pregunta No.3 de la encuesta realizada “¿usted cree que su salud está directamente relacionado con la nutrición?”



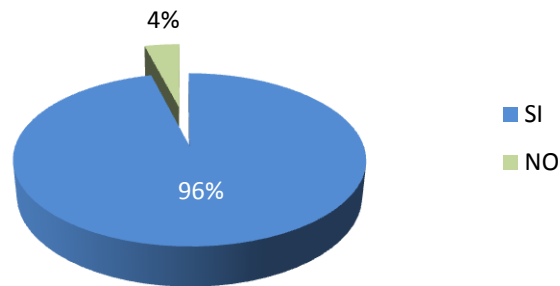
Los resultados a esta pregunta nos demuestra que las personas encuestadas son conscientes de la importancia de tener una nutrición saludable, ya que está directamente relacionada con la salud, si observamos la gráfica, el 96% responden si y solo un 4% que no. Fuente: Elaboración propia

Figura 2: Resultados a las preguntas No.9 y 11 de la encuesta realizada. ¿Cuál cree que ha sido la razón por la que ha ganado o conservado su peso? Y Si decidiera controlar su peso, ¿Le gustaría encontrar un programa 100 % natural y 100% garantizado?



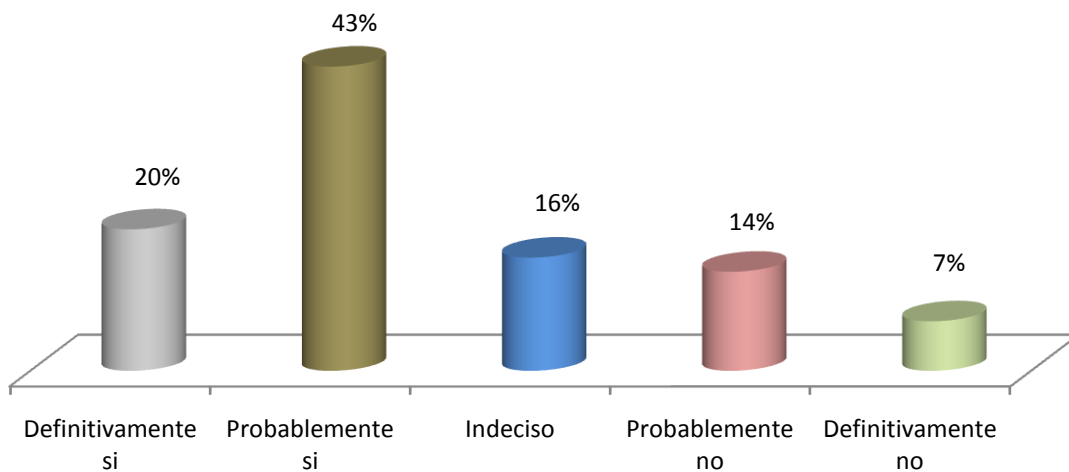
Si analizamos las preguntas 9 y 11, observamos que el 43% considera que sus problemas de sobrepeso se deben a la mala nutrición y que al 87% le gustaría encontrar un lugar 100% natural para el control de peso, por lo que se puede considerar que estas personas estarían muy interesadas en ingresar al club de nutrición. Fuente: Elaboración propia

Figura 3: Resultados a las pregunta No. 13 ¿Le gustaría mejorar la calidad de su nutrición personal y la de los integrantes de su familia?



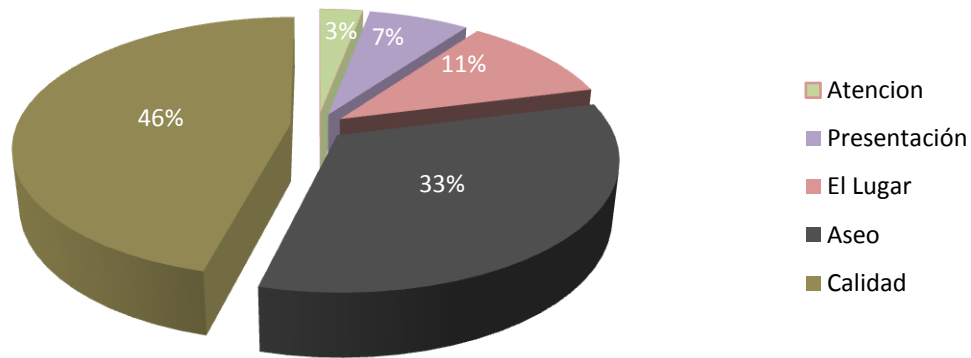
En esta pregunta el 96% de las personas estarían interesadas en mejorar la calidad de la nutrición personal y de su familia, lo que nos indica que un buen número de estas personas estarían interesadas en ingresar al Club. Fuente: Elaboración propia

Figura 4: Resultados a las pregunta No. 10, ¿Estaría interesado en ingresar a un programa que le permita aprender a controlar su peso?



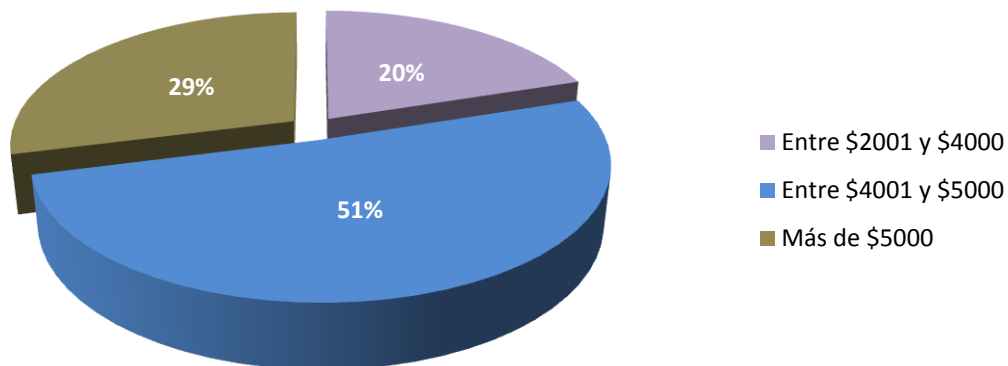
Al consultarle a los encuestados si estarían dispuestos a ingresar a un programa que le permita aprender a controlar su peso, observamos que el 43% probablemente ingresarían, el 20% definitivamente si y un 15% se encuentra indeciso, lo que significa que podríamos contar con un 63% de personas interesadas en asistir al club y sería importante convencer el 16% indecisos para que ingresen. Fuente: Elaboración propia

Figura 5: Resultados a las pregunta No. 14, Seleccione el criterio que más influye en usted al momento de escoger un lugar para desayunar o cenar.



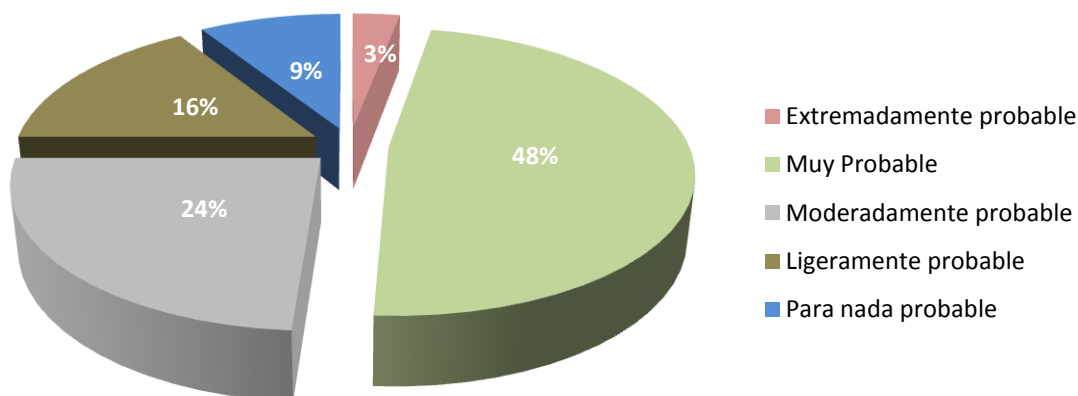
En los encuestados, lo más importante al momento de asistir a un sitio para desayunar es la calidad de los productos y el aseo del lugar.

Figura 6: Resultados a las pregunta No. 19, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar diariamente por un desayuno, almuerzo o cena saludable? Fuente: Elaboración propia



Las personas del sector no le prestan mucha atención al precio, ya que el 71% estarían dispuestos a pagar más de \$ 4.000 por un desayuno saludable. Fuente: Elaboración propia

Figura 6: Resultados a las pregunta No. 17, Si en este momento tuviera disponible hoy mismo, un club de nutrición en el Sector de Valle del Lili, ¿qué probabilidades habría de que lo visite, en lugar de usar los alimentos tradicionales actualmente disponibles?



Se observa que si las personas encuestadas tuvieran un club de nutrición en el sector de valle del lili, el 81% es probable que asistan al mismo a consumir sus productos. Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Las personas encuestadas son conscientes que la salud está relacionada con la nutrición y que sus principales problemas se deben a sus malos hábitos alimenticios y falta de ejercicio

Al 87% de los encuestados les gustaría encontrar un programa 100% natural para controlar su peso, dándole mucha importancia a la calidad, el aseo y el lugar, más que al precio de los productos

El 83% de las personas encuestadas gastan entre \$4000 y más de \$5000 en comidas rápidas, pero le gustaría mejorar la calidad de su nutrición, estando dispuestos a pagar estos mismos valores en los productos ofrecidos en el Club de Nutrición.

Se considera viable la ubicación de un Club de Nutrición en el Sector del Valle del Lili, ya que el 92% de los encuestados les parece atractivo y el 75% probablemente asistan al lugar.

ANEXOS:

Anexo 1: Formato de encuesta aplicada.

BIBLIOGRAFÍA

Amaya, J. A. (2003). Toma de Decisiones Gerenciales . Bogotá: ECOE EDICIONES.

AMAYA, J. A. (2005). GERENCIA PLANEACION Y ESTRATEGIA. En J. A. AMAYA, GERENCIA PLANEACION Y ESTRATEGIA (pág. 53).

MARHOTRA, N. K. (2004). Investigacion de Mercados, un enfoque aplicado. Ciudad de Mexico: Enrique Quintanar Duarte.

Robbins, S. P. (2005). Administración. En S. P. Robbins, Administración (pág. 133). Mexico: Pearson Educacion.

Trenzano, J. M. (2003). Investigacion de Mercados Estrategica. En J. M. Trenzano, Investigacion de Mercados Estrategica (pág. 177). Barcelona: Gestion 2000.

BIOGRAFIA

Julián Andrés Correa Cadavid es Capitán de la Policía Nacional de Colombia, Administrador Policial de la Escuela de Cadetes de Policía Francisco de Paula Santander y Piloto Aeronáutico en Ala Fija (Aviones) se puede contactar en la Compañía Antinarcóticos de Aviación Bogotá ubicada en el Aeropuerto Internacional el Dorado (CATAM), en la Capital Colombiana. Correo Electrónico Juliandres.correa@hotmail.com

Fecha: _____ Lugar: _____

Hola (Buenos días, buenas tardes), mi nombre es **Julian Andres Correa Cadavid**, soy estudiante de la universidad Nueva Granada, actualmente me encuentro desarrollando un proyecto de Investigación de mercados, cuyo objetivo es medir el nivel de aceptación de un Club de nutrición de Herbalife en el sector de la comuna 17 al sur de la ciudad de Cali. Deseo me colabore si es posible de parte suya, con el diligenciamiento de una encuesta que le demandará solo 10 minutos de su tiempo. ¿Me podría colaborar con este propósito?

PA. General para iniciar la encuesta o romper el hielo.

¿Cuál es su concepto acerca de la nutrición saludable?

Las preguntas que siguen se refieren al concepto que usted tiene sobre su salud. Sus respuestas permitirán saber cómo se encuentra usted y hasta qué punto es capaz de hacer sus actividades habituales. Conteste cada pregunta marcando con una **X**.

Bloque Uno: Información General**1. ¿Cuál es su ocupación u oficio? Marque con una X.**

- | | | |
|----------------|--------------------------|---------------|
| a. Empresario | <input type="checkbox"/> | 1. |
| b. Empleado | <input type="checkbox"/> | 2. |
| c. Estudiante | <input type="checkbox"/> | 3. |
| d. Jubilado | <input type="checkbox"/> | 4. |
| e. Ama de casa | <input type="checkbox"/> | 5. |
| f. Otro | <input type="checkbox"/> | 6. Cuál _____ |

2. ¿En qué rango de edad en años se encuentra Usted?

A. Entre 15-20	B. 21-30	C. 31-40	D. 41-50	E. mayor de 50
1	2	3	4	5

Bloque dos: Salud

3. ¿Usted cree que su salud está relacionada directamente con su nutrición? Marque con una X.

- a. SI ☐ 1.
b. NO ☐ 2.

4. ¿En qué momento del día se siente más cansad@, generalmente? Marque con una X.

- a. En la Mañana ☐ 1.
b. En la tarde ☐ 2.
c. En la Noche ☐ 3.

5. ¿De las siguientes enfermedades cuales le afectan actualmente? Marque con una X .

- a. Problemas cardiovasculares ☐ 1.
b. Presión arterial elevada ☐ 2.
c. Altos niveles de triglicéridos o colesterol ☐ 3.
d. Diabetes o hipoglicemia ☐ 4.
e. Fatiga crónica ☐ 5.
f. Dolores de cabeza o migrañas ☐ 6.
g. Desordenes gastrointestinales como reflujo, acidez, gastritis, ulcera, estreñimiento, colon irritable o inflamado ☐ 7.
h. Otros problemas. ☐ 8.

6. ¿Considera que su salud en general es...? Marque con una X.

- a. Muy buena ☐ 1.
b. Buena ☐ 2.
c. Normal ☐ 3.
d. Mala ☐ 4.
e. Muy mala ☐ 5.

Bloque tres: Peso

7. ¿Se considera usted una persona con? Marque con una X.

- a. Sobrepeso ☐ 1.
- b. Bajo de peso ☐ 2.
- c. Peso normal ☐ 3.

8. Cuál considera que debe ser su peso ideal en kilos? Marque con una X.

A. Entre 50-60	B. Entre 61-70	C. Entre 71-80	D. Entre 81-90	E. Más de 90
1	2	3	4	5

9. ¿Cuál cree que ha sido la razón por la que ha ganado o conservado su peso? Marque con una X.

- a. Malos hábitos alimenticios ☐ 1.
- b. Falta de ejercicio o sedentarismo ☐ 2.
- c. Enfermedades ☐ 3.

10. ¿Estaría interesado en ingresar a un programa que le permita aprender a controlar su peso? Marque con una X.

- a. Definitivamente si ☐ 1.
- b. Probablemente si ☐ 2.
- c. Indeciso. ☐ 3.
- d. Probablemente no ☐ 4.
- e. Definitivamente no ☐ 5.

11. Si decidiera controlar su peso, ¿Le gustaría encontrar un programa 100 % natural y 100% garantizado? Marque con una X.

- a. SI ☐ 1.
- b. NO ☐ 2.

Bloque cuatro: Nutrición

12. ¿Consume comidas rápidas? Marque con una X.

- a. Siempre ☐ 1.
- b. Algunas veces ☐ 2.
- c. Regularmente ☐ 3.
- d. Nunca ☐ 4.

13. ¿Le gustaría mejorar la calidad de su nutrición personal y la de los integrantes de su familia? Marque con una X.

- a. SI ☐ 1.
b. NO ☐ 2.

Bloque cinco: Lugar de ubicación

14. Seleccione el criterio que más influye en usted al momento de escoger un lugar para desayunar o cenar. Marque con una X.

- a. La Economía ☐ 1.
b. La calidad ☐ 2.
c. El Lugar ☐ 3.
d. La Presentación ☐ 4.
e. El Aseo ☐ 5.
f. La Atención ☐ 6.
g. La ubicación ☐ 7.

15. ¿En que sitios preferiría encontrar un club de nutrición? Marque con una X.

- a. Cerca del Gimnasio ☐ 1.
b. En el barrio ☐ 2.
c. Centros Comerciales ☐ 3.
d. Club Social ☐ 4.
e. Otro ☐ 5. Cuál _____

16. ¿Qué tan atractivo encuentra Usted el tener cerca de su lugar de residencia/trabajo un club de nutrición? Marque con una X.

a. Muy atractivo	b. Algo atractivo	c. Poco atractivo	d. Nada atractivo
4	3	2	1

17. Si en este momento tuviera disponible hoy mismo, un club de nutrición en el Sector de Valle del Lili, ¿qué probabilidades habría de que lo visite, en lugar de usar los alimentos tradicionales actualmente disponibles? Marque con una X.

- a. Extremadamente probable ☐ 1.
b. Muy probable ☐ 2.
c. Moderadamente probable ☐ 3.
d. Ligeramente probable ☐ 4.
e. Para nada probable ☐ 5.

Bloque seis: Presupuesto

18. ¿Cuándo consume comidas rápidas fuera de su casa, cuánto gasta en promedio?

A. Menos de \$ 2.000	B. Entre \$ 2.001 y \$ 4.000	C. Entre \$ 4.001 y \$ 5.000	D. Más de \$5.000
1	2	3	4

19. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar diariamente por un desayuno, almuerzo o cena saludable?

A. Menos de \$ 2.000	B. Entre \$ 2.001 y \$ 4.000	C. Entre \$ 4.001 y \$ 5.000	D. Más de \$5.000
1	2	3	4

Finalmente y para efectos de control académico, pues probablemente le llamen para confirmar esta encuesta, sabré agradecerle me colabore con la siguiente información:

- Su Nombre completo _____
- Teléfono fijo: _____ Celular _____
- E- mail : _____

ii Muchas gracias por su tiempo y colaboración que tenga un buen resto de día!!